

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Tinjauan Pustaka	8
1.5.1 Review Penelitian Sejenis	8
1.6 Kerangka Pemikiran	11
1.6.1 Komunikasi Pemasaran	11
1.6.2 Komunikasi Pemasaran Pariwisata	13
1.6.3 Merek	13
1.6.4 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	14
1.6.5 Citra Merek	24
1.7 Kerangka Konsep	25
1.7.1 Bagan Kerangka Konsep	26
1.8 Metodologi	28
1.8.1 Jenis Penelitian	28
1.8.2 Pendekatan Penelitian dan Metode	29
1.8.3 Objek Penelitian	30
1.8.4 <i>Key Informant</i>	30
1.8.5 Teknik Pengumpulan Data	33
1.8.6 Teknik Analisis Data	35
1.9 Teknik Validitas Data	37
1.9.1 Triangulasi	37
1.10 Jadwal Penelitian	38
1.10.1 Waktu dan Tempat Penelitian	38
BAB II KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU	39
2.1 Komunikasi	39
2.2 Komunikasi Pemasaran	40
2.3 Komunikasi Pemasaran Pariwisata	43
2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	44
2.5 Merek Perusahaan	53

2.6 Citra Merek Perusahaan	54
BAB III PENGELOLAAN XT SQUARE SEBAGAI OBJEK WISATA	57
3.1 Sejarah dan Perkembangan XT Square (PD. Jogjatama Visesha -PT Demata Maris Indonesia-Kampayo)	57
3.2 Visi dan Misi XT Square (PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia-Kampayo)	62
3.3 Logo PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia-Kampayo	63
3.4 Macam-Macam Wahana dan <i>Tenant</i> yang ada di XT Square	64
3.5 Struktur Organisasi PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia-Kampayo	66
3.6 Uraian Tugas dan Fungsi PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia-Kampayo	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	74
4.1 Hasil Penelitian	74
4.1.1 Tahap Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu yang dilakukan oleh XT Square Yogyakarta (PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia- Kampayo)	75
4.1.2 Tahap Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu yang dilakukan oleh XT Square Yogyakarta (PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia- Kampayo)	89
4.1.3 Tahap Evaluasi Komunikasi Pemasaran Terpadu yang dilakukan oleh XT Square Yogyakarta (PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia-Kampayo)	115
4.1.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu yang dilakukan oleh XT Square Yogyakarta (PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia-Kampayo)	138
4.2 Pembahasan Penelitian	141
4.2.1 Pembahasan Mengenai Tahap Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu yang dilakukan oleh XT Square Yogyakarta (PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia-Kampayo)	143
4.2.2 Pembahasan Mengenai Tahap Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu yang dilakukan oleh XT Square Yogyakarta (PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia-Kampayo)	151
4.2.3 Pembahasan Mengenai Tahap Evaluasi Komunikasi Pemasaran Terpadu yang dilakukan oleh XT Square Yogyakarta (PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia-Kampayo)	156
4.2.4 Pembahasan Mengenai Komunikasi Pemasaran Terpadu yang dilakukan oleh XT Square Yogyakarta (PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia- Kampayo)	160
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	162

5.1 Simpulan	164
5.2 Saran	164

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	Kerangka Konsep Penelitian	27
Bagan 3.1	Struktur Organisasi PD. Jogjatama Visesha	67
Bagan 3.2	Struktur Organisasi PT Demata Maris Indonesia	70
Bagan 3.3	Struktur Organisasi Kampayo	72
Bagan 4.1	Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu yang dilakukan oleh XT Square Yogyakarta (PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia-Kampayo)	88
Bagan 4.2	Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu yang dilakukan oleh XT Square Yogyakarta (PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia-Kampayo)	114
Bagan 4.3	Evaluasi Komunikasi Pemasaran Terpadu yang dilakukan oleh XT Square Yogyakarta (PD. Jogjatama Visesha-PT Demata Maris Indonesia-Kampayo)	137
Bagan 4.4	Komunikasi Pemasaran Terpadu yang Beroperasi di XT Square Yogyakarta	140

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengunjung XT Square	5
-----------	-----------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	<i>Company Milestone</i> PD. Jogjatama Visesha	61
Gambar 3.2	Logo PD. Jogjatama Visesha	63
Gambar 3.3	Logo PT Demata Maris Indonesia	64
Gambar 3.4	Logo Kampayo	64
Gambar 4.1	Booth XT Square dalam <i>event</i> Sekaten	100
Gambar 4.2	Media Publikasi melalui Website XT Square	101
Gambar 4.3	Media Publikasi melalui Media Sosial <i>Facebook</i> XT Square	101
Gambar 4.4	Media Publikasi melalui Media Sosial <i>Instagram</i> XT Square	102
Gambar 4.5	<i>Special Event</i> Festival Kampung Wisata	102
Gambar 4.6	<i>Special Event</i> Lomba Mewarnai Anak	103
Gambar 4.7	Media Publikasi melalui Brosur PT Demata Maris Indonesia	104
Gambar 4.8	Media Publikasi melalui Website PT Demata Maris Indonesia	104
Gambar 4.9	Media Publikasi melalui Media Sosial <i>Facebook</i> PT Demata Maris Indonesia	105
Gambar 4.10	Media Publikasi melalui Media Sosial <i>Instagram</i> PT Demata Maris Indonesia	105
Gambar 4.11	Media Publikasi melalui Media Sosial <i>Twitter</i> PT Demata Maris Indonesia	106
Gambar 4.12	Poster <i>Gimmick Event Women Movement Day</i>	107
Gambar 4.13	Promo Harga Tiket Wahana PT Demata Maris Indonesia	108
Gambar 4.14	Media Publikasi melalui Media Sosial <i>Facebook</i> Kampayo	108
Gambar 4.15	Media Publikasi melalui Media Sosial <i>Instagram</i> Kampayo	109
Gambar 4.16	Media Publikasi melalui Media Sosial <i>Twitter</i> Kampayo	109
Gambar 4.17	Media Publikasi melalui Media <i>online</i> Youtube Kampayo	109